vinetur

Singapur se convierte en refugio del whisky estadounidense

Las destilerías buscan salida a la caída de ventas en Canadá, Europa y su propio mercado interno

martes 28 de abril de 2026



Las destilerías estadounidenses de whisky están redirigiendo parte de sus envíos a Singapur ante las tensiones arancelarias con mercados clave como Canadá y la incertidumbre en Europa, al tiempo que el consumo en Estados Unidos se ha enfriado. El ajuste abre una vía comercial para marcas de bourbon y otros destilados que buscan salida a un exceso de inventario y más estabilidad en sus ventas exteriores.

Michael Bilello, presidente y consejero delegado de la American Whiskey Association, explicó a The Straits Times que Canadá está prácticamente cerrado para el whisky estadounidense. Según dijo, los productos han salido de las estanterías en ese país tras las disputas por aranceles de importación de hasta 35% sobre algunos bienes canadienses. Añadió que Europa también se ha vuelto más difícil de abordar, aunque en ese caso todavía no se han aplicado represalias comerciales. La sola amenaza de nuevos gravámenes, señaló, ya altera las previsiones de producción y venta.

La menor demanda interna en Estados Unidos también pesa sobre el sector. Bilello afirmó que los consumidores recortan gasto discrecional en un escenario de inflación más alta y que eso ha dejado más stock disponible en el país. Por esa razón, las empresas están buscando mercados que antes no figuraban entre sus prioridades.

Singapur aparece ahora como uno de esos destinos. Las exportaciones estadounidenses de bebidas espirituosas, incluido el whisky, alcanzaron 27 millones de dólares estadounidenses en 2025, unos 34,5 millones de dólares singapurenses, lo que supone un aumento del 42,6% respecto a 2024. El país no aplica aranceles al whisky estadounidense gracias a un acuerdo de libre comercio vigente desde hace años, una condición que da seguridad a los exportadores.

En un acto organizado por el Distilled Spirits Council of the United States en la residencia del embajador estadounidense en Singapur, varias destilerías mostraron su interés por entrar por primera vez en ese mercado. Entre ellas figuraban Arizona Distilling Company, Cleveland Whiskey, Koval Distillery, Traverse City Whiskey Company y Virginia Distillery Company.

Joel Matticks, responsable de promoción de exportaciones del consejo, atribuyó parte del aumento del interés por Singapur a una cultura del cóctel muy asentada y a una demanda mayor de whiskies premium y artesanales. También subrayó que la escena local de bares y restaurantes tiene un nivel alto dentro de la región y que eso facilita la entrada de nuevas marcas.

El sector ve además otra ventaja: Singapur funciona como punto de paso para viajeros internacionales. Esa exposición en bares y restaurantes ayuda a crear demanda más allá del mercado local. Para las destilerías estadounidenses, esa visibilidad puede servir

para abrir puertas en otros países del sudeste asiático.

Los operadores locales también esperan más oferta. Faizal Noor, responsable de bebidas del club privado 67 Pall Mall Singapore, dijo que el establecimiento espera recibir estos whiskies cuando lleguen al mercado y señaló que varias muestras probadas durante el evento eran nuevas para Singapur. Añadió que los consumidores locales interesados en bourbon buscan novedades.

Chua Khoon Hui, consejero delegado de TSH Corporation, propietaria del Quaich Bar en Singapur, explicó que el whisky estadounidense suele percibirse allí como una categoría con menos variedad aromática que el single malt escocés. Según dijo, eso hace que muchos clientes se inclinen antes por Escocia cuando buscan más diversidad. También apuntó que parte del whisky estadounidense se consume sobre todo en cócteles, lo que dificulta la visibilidad de pequeñas marcas boutique.

Bilello afirmó que las destilerías ya trabajan con importadores, distribuidores y negocios de hostelería para ampliar su presencia en Singapur. Ese plan incluye más marketing, formación sobre producto y una oferta más amplia de etiquetas artesanales. El dirigente añadió que Singapur es visto como un mercado que marca tendencias y cuya evolución suele influir después en países como Tailandia, Vietnam y Filipinas.